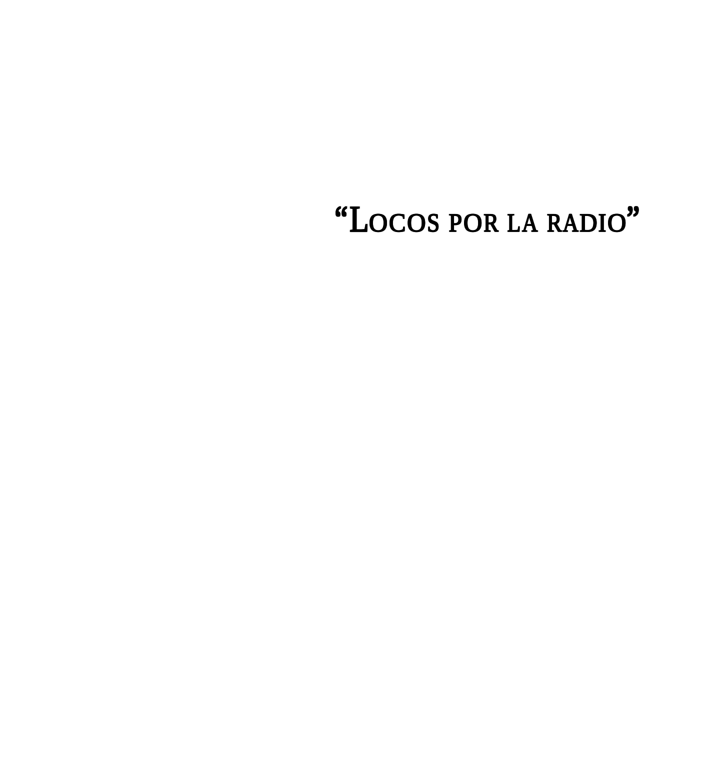


“Locos por la radio”

Andrea Matallana

"Locos por la radio"

Una historia social de la radiofonía en la Argentina, 1923-1947



Matallana, Andrea
Locos por la radio : una historia social de la radiofonía en la Argentina : 1923-1947 - 1a ed. - Buenos Aires : Prometeo Libros, 2006.
220 p. ; 21x15 cm.

ISBN 987-574-084-5

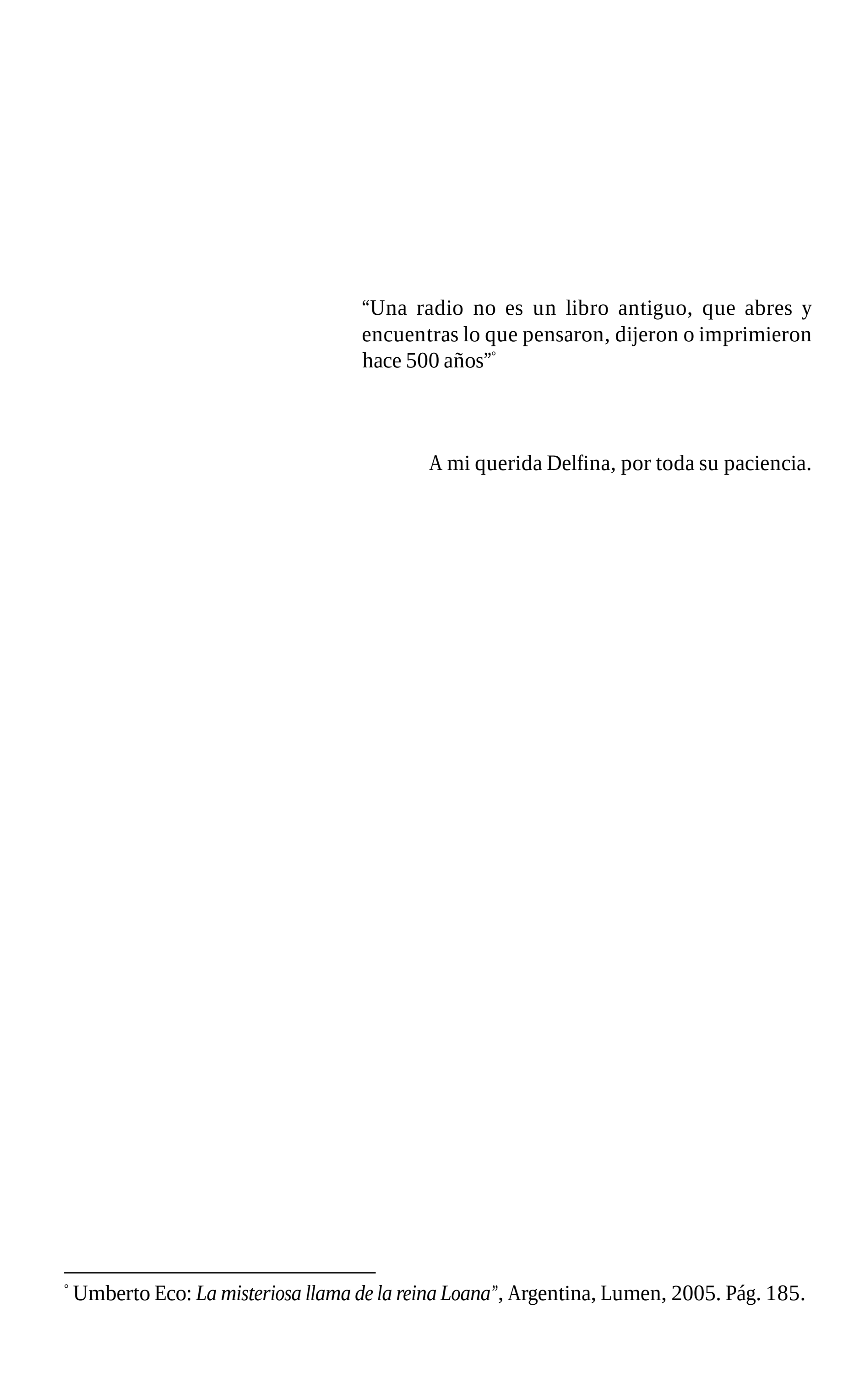
1. Radiofonía Argentina-Historia. 2. Comunicación Social-Medios. I. Título
CDD 384.540 982

Av. Corrientes 1916 (C1045AAO), Buenos Aires
Tel.: (54-11) 4952-4486/8923 / Fax: (54-11) 4953-1165
info@prometeolibros.com
www.prometeolibros.com

Diseño y Diagramación: R&S

ISBN: 987-574-084-5
Hecho el depósito que marca la Ley 11.723

Índice



“Una radio no es un libro antiguo, que abres y encuentras lo que pensaron, dijeron o imprimieron hace 500 años”[°]

A mi querida Delfina, por toda su paciencia.

[°] Umberto Eco: *La misteriosa llama de la reina Loana*”, Argentina, Lumen, 2005. Pág. 185.

Introducción

“La Radio rindió al país un señalado servicio.”

> A punto de cerrarse la campaña política que el domingo culminará con la elección de los nuevos mandatarios argentinos, cabe señalar el alto servicio que la radiotelefonía ha rendido al país en uno de los momentos más difíciles de su historia.
> Todos los partidos políticos, todas las ideas que los animan, han tenido reflejo exacto ante todos los micrófonos de nuestro broadcasting en circunstancias notorias. Allá, por cuanto el Ministerio del Interior con clara conciencia de lo que significaba la elección de mañana eliminó las trabas puestas hasta entonces a las organizaciones políticas para que éstas pudieran llegar al seno del electorado, con la exposición diáfana de sus inquietudes.
> Hubo, es cierto, una desorientación notoria en determinados momentos al hacerlas el gobierno responsable del material que propalaran esos mismos partidos políticos. Pero en líneas generales, cabe señalar que todos, sin excepción han tenido franco acceso a las radioemisoras argentinas, por cuyas ondas sacudieron a la opinión pública en medida que no conocía el país hasta el presente.
> Desde la tranquilidad serena del hogar, el radioescucha recibe en sus receptores, con estas prácticas ahora incorporadas a nuestro medio, una también serena y meditada expresión de los idearios que se mueven en nuestro escenario político.
> Bienvenida entonces la experiencia, cuyo mérito pertenece en forma poco menos que total a los broadcasters argentinos, que por una vez han sabido exhibir ante toda la república el espíritu que anima a empresas que por encima de su sentido comercial, comprenden y participan de las hondas y graves preocupaciones de la República.
> Radiolandia- sábado 23 de febrero de 1946.[1]

Así evaluó *Radiolandia*, una de las publicaciones más populares dedicadas al mundo artístico y radial en la Argentina, la función política que la radiofonía había desempeñado durante las semanas previas a una de

[1] *Radiolandia* Año XX, Nro. 934, 23 de febrero de 1946.

las elecciones más importantes de la historia argentina del último siglo. Tres años antes, a mediados de 1943, el Ministerio del Interior había derogado el decreto que disolvía los partidos políticos, lo que había posibilitado su restitución a la vida pública y el comienzo de un nuevo tiempo político. Este hecho implicó que la campaña electoral tuviera un destacado lugar en la radio: todas las corrientes adquirieron sus espacios. Según la visión de la época las emisoras tuvieron una *postura patriótica,* ya que se habían acordado tarifas preferenciales con los diferentes partidos políticos para que ninguno de ellos se "viera con la posibilidad de comprar mayor o menor cantidad de espacios".[2] Aun cuando la decisión del gobierno de responsabilizar a las emisoras de los contenidos de los discursos de campaña que se emitieran como parte de su programación había generado un fuerte impacto sobre los diferentes políticos que harían uso de esos espacios, la radiofonía había prestado un servicio público.

En 1946, la utilización de la radio como forma de comunicación con los ciudadanos se había vuelto un instrumento casi indispensable para hacer política, aunque esta idea no siempre había estado en la mentalidad de los políticos ni tampoco había sido la finalidad exclusiva del medio. La constatación de que el uso de la radio en política era una necesidad sólo se alcanzó en la medida en que el medio se extendió en la sociedad argentina, llegó a los rincones más remotos y se instaló en el centro de la escena familiar; en este sentido transformó la sociabilidad entre los individuos.

Muchos de los que actuaban en el medio tenían clara conciencia del alcance y la transformación que la difusión por radio producía entre las gentes más diversas. Por ejemplo, una de las personas que describió más acertadamente este fenómeno fue Eva Duarte, cuando refiriéndose al radioteatro lo definió como "*un conducto directo para llevar nuestra emoción a toda clase de auditorios, salvando las distancias más imposibles*".[3] Y efectivamente, en el aspecto artístico ya estaba fehacientemente probado que llevaba la emoción a toda clase de auditorios a los lugares más distantes. Pero no

---

2 *Radiolandia.* Ibídem.

3 Entrevista a Eva Duarte publicada en *Radiolandia,* 2 de septiembre de 1944, citada en: Romero, Luis Alberto y Saitta, Sylvia: *Grandes Entrevistas de la Historia Argentina*. Buenos Aires, Aguilar, 1999. Para la fecha en que se realizó esta entrevista Eva Duarte ya era una actriz reconocida en el medio radial. Se había iniciado en el radioteatro hacia 1938, y para 1941 poseía su propio espacio de radioteatro patrocinado por la empresa Guereño. Entre 1943-1944 fue cabeza de compañía de su propio ciclo radioteatral "Biografía de mujeres ilustres", en Radio Belgrano, escrito por Alberto Insúa y Francisco Muñoz Aspiri.

fue sino en la década de 1930 que muchos políticos comprendieron las dimensiones que el medio tenía y comenzaron a utilizarlo para comunicar sus ideas.

Este estudio tratará sobre la radio en la Argentina en el período 1923-1947; es decir, comienza en los años que preceden al acontecimiento comentado por *Radiolandia*, hecho que consolidó el inicio de un cambio fundamental en la historia política de nuestro país. En septiembre de 1923, un hecho sin precedentes tuvo lugar en Argentina: la transmisión de la pelea entre Luis Angel Firpo, el Toro de las pampas, y Jack Dempsey. Para ese acontecimiento, miles de aparatos de radio se vendieron para poder sintonizar el fenómeno deportivo. Se abordará la construcción del "mundo de la radio", y a través del análisis se intentará mostrar el impacto que este medio tuvo en la cultura popular de la época y las múltiples dimensiones que interactuaron en el momento de poner al aire un programa, un mensaje o la voz de un locutor.

El análisis llega hasta 1947, año en que el gobierno de Juan Domingo Perón, a pocos meses de haber asumido la presidencia de la Nación, nacionalizó las frecuencias de emisión, y convirtió a un medio que había crecido bajo el influjo de los nuevos mercados, y con la escasa intervención del Estado, en un espacio regido por las políticas estatales.

La experiencia de la radiofonía presenta diferentes dimensiones que intervienen al momento de analizar la construcción del medio y su impacto en la vida social. Por un lado la instalación de este medio, lo cual implica acercarse al mundo de los emprendedores devenidos empresarios, la relación con el aspecto publicitario y la implicancia del Estado como entidad reguladora del mismo. Por otro lado, la función de la radiofonía: fue un instrumento de entretenimiento; un instrumento de información e instrucción, y un instrumento político. Fue combinando estos tres aspectos como se solidificó en el mercado, y sus efectos masivos fueron tangibles y analizables.

Escuchar sin ver

> Se está haciendo en el Coliseo un experimento curioso e interesante en extremo. En algunas casas particulares en los barcos del puerto y de la rada y en las estaciones radiotelegráficas de toda la ciudad, en un gran espacio alrededor de Buenos Aires, puede asistirse en estas noches a un espectáculo realmente maravilloso: un grupo de personas, en actitud atenta y recogida, **escuchan, sin ver**, la realización de los espectáculos líricos del Coliseo. El auditorio, en la sala o en el comedor, rodea un pequeño aparato que resuena con mayor claridad que

> el fonógrafo y sin el rumor de la aguja sobre el disco: la membrana del receptor vibra desesperadamente en su caja magnética y un amplificador expande en el ambiente de los graves acordes de "Parsifal" o las ardientes melodía de "Iris". Es un aparato de telefonía sin hilos, instalado por vía de ensayo en la sala de aquel teatro, y que envía a través de la atmósfera el sonido que pasa por un micrófono y que transformado en ondas hertizianas va a reproducirse en los receptores colocados en diversos puntos. Una nueva sociedad de jóvenes estudiosos y emprendedores que se titula La Radio Argentina ha llevado a cabo ese ensayo con un éxito sorprendente.
>
> La Nación. 30 de agosto de 1920.

El universo de la radio en la Argentina puede analizarse, al menos, desde dos enfoques diferentes: es posible estudiar el desarrollo de la legislación relativa al medio y, a partir de allí, reconstruirlo históricamente desde el punto de vista de las emisoras y su desarrollo comercial, o bien abordar el tema considerando la historia social y cultural de la época, y en base a ella analizar cómo la radio se volvió parte de la vida cotidiana. Sin soslayar los aspectos referidos a la legislación y a la presencia del Estado como fuente reguladora del medio, pero examinados desde una perspectiva cultural más que política, este estudio se llevará a cabo a través de la segunda de las vías propuestas.

Los estudios dedicados a la radio coinciden en señalar al experimento llevado a cabo por Enrique Susini, Miguel Mujica, César Guerrico y Luis Romero Carranza, consistente en la transmisión de la opera *Parsifal* de Wagner desde el teatro El Coliseo, como el origen de la radiotelefonía en nuestro país. Pero aunque es innegable el impacto técnico que tuvo la experiencia de los "locos de la azotea" del teatro El Coliseo, el punto central de esta investigación está más bien en la consolidación de la radiofonía como mundo colectivo más que como experiencia de las nuevas tecnologías de la época.

El relevamiento que hemos realizado nos permitió marcar dos ejes a partir de los cuales realizar el análisis: en el caso de los estudios más completos sobre la radio en Argentina pudimos elaborar una secuencia de hechos que son reconocidos como "momentos" de la radiofonía. Esto nos permitió tomar contacto con una amplia gama de "personajes" del medio, además de reconocer el fundamento de estos hitos históricos. Ejemplo de ello es la pelea Dempsey-Firpo o las emisiones del radioteatro *Chispazos de Tradición*. La lectura de los artículos de autores como Beatriz Sarlo, dirigidos hacia una recreación de la vida cotidiana de Buenos Aires, o Sergio Pujol en su historia sobre el espectáculo, enriqueció el material de los estudios más tradicionales ya que posibilitó una visión diferente de un mismo período. Tal vez la carencia de enfoques menos

ortodoxos sobre el mundo cultural de esos años nos llevó a buscar en los estudios sobre el *broadcasting* en los Estados Unidos miradas diferentes sobre un mismo objeto en un mismo período de tiempo. De este modo, encontramos estudios más tradicionales y secuenciales que nos permitieron realizar comparaciones con el desarrollo de la radiofonía en nuestro país, y enfoques menos ortodoxos que nos aportaron interpretaciones acerca de la vida social de aquel otro país y el impacto de la radio en él como hecho cultural. Todos estos elementos nos permitieron definir mejor nuestro objeto de estudio y demarcar las perspectivas a partir de las cuales analizaremos el mundo de la radiofonía en Argentina.

En el estudio de Ricardo Gallo *La Radio, ese mundo tan sonoro* se exploran aspectos que hacen al funcionamiento del medio en sí: su organización, extensión y programación y, además, se aporta una secuencia de datos que enmarcan el desarrollo histórico de la radiofonía. La atención del estudio está puesta en el medio en sí mismo, independientemente de los sucesos sociales y políticos en los que éste se desarrolla. En relación con los trabajos que han recopilado anécdotas referidas al universo de la radiofonía, como el de Merkin, Panno, Tijman y Ullanosvky, *Días de Radio. Historia de la Radio argentina*[4], han realizado una contribución significativa por la cantidad de información provista por las revistas especializadas en la radio, por las propias emisoras y por historias de vida y anécdotas recogidas a través de entrevistas realizadas a personajes que animaron aquellos *días de radio*. Esta *historia de la radio* propone una mirada cronológica complementada con lo que los autores consideran –evidentemente a la luz de los recuerdos de los entrevistados– los hechos más significativos, pero no propone un abordaje más profundo ni conceptual de las relaciones entre la radio y la sociedad, o la radio y la cultura. De todos modos, provee una visión descriptiva y correcta de los principales hitos de la radiofonía en nuestro país.[5]

---

[4] Merkin, Panno, Tijman y Ullanovsky: *Días de radio. Historia de la Radio argentina*. Buenos Aires, Espasa Calpe, 1995.

[5] En otro ángulo se ubica el estudio realizado por Ricardo Horvath, *La trama secreta de la radiodifusión argentina*, en el que se da cuenta de las conexiones entre el establecimiento de las emisoras de radio con los intereses comerciales y políticos, especialmente durante el período 1960 en adelante, y con especial énfasis en la década de 1980. Este estudio parte de un enfoque estructural, en donde se enfatizan las relaciones de poder dentro del medio radiofónico y televisivo, y las influencias políticas que de éstas se derivan. En relación con el enfoque que pretendemos darle a nuestro trabajo poco nos aporta desde el punto de vista cultural, de los emisores en particular, y explora en forma muy breve el período que nos interesa.

Una dimensión diferente de análisis es la que incorpora Robert Claxton, quien ha realizado un proyecto de investigación llamado *De Persifal a Perón: la temprana historia de la radio en Argentina*[6], donde analiza el desarrollo del medio puntualizando históricamente en diversos aspectos que permiten dilucidar con mayor detalle el espacio de la radiofonía. En primer lugar, Claxton tiene como hipótesis central de su estudio la idea de que la radio permitió consolidar una identidad nacional. Para analizar este punto, considera la expansión de la radio en Argentina durante el período 1920-1945, tomando en cuenta no sólo las redes nacionales sino las locales. Este autor asocia el desarrollo de la participación política con el impacto que las tecnologías tuvieron a nivel de la sociedad "haciendo el gobierno más accesible y creando nuevas oportunidades". En su análisis plantea como hipótesis que la radio fue un elemento necesario para provocar el crecimiento de la participación en la Argentina, no sólo en el campo político propiamente dicho sino en las cuestiones sociales y económicas, en la medida en que ayudó a formar opiniones e intereses. En segundo lugar, Robert Claxton ha enunciado y abordado en diferentes escritos una multiplicidad de temas relacionados con el desarrollo de la radiofonía. En relación con este punto, aquellos que nos merecen mayor atención son los relativos a la cultura, a la relación entre radio y política, y a la relación entre la radio en Argentina y los consumidores. En este último aspecto, no sólo ha centrado su atención en los consumidores, en el desarrollo de la publicidad y cómo ésta se expresó en la radio sino, también, en el mundo empresarial que el medio abría. Muchos de los datos expuestos han sido tomados en cuenta al momento de establecer una secuencia de hechos significativos como estructura de nuestro análisis. Finalmente, sus estudios proponen un acercamiento desde la historia social del medio con un trabajo interesante de fuentes y archivos. Desde nuestro punto de vista, el inconveniente más marcado que presentan sus trabajos es que muchos temas quedan enunciados sin ser profundizados. A pesar de esto, hay un importante trabajo con fuentes significativas como el caso de *Caras y Caretas* o la *Revista Telegráfica*.

---

[6] Deseo agradecer al Dr. Robert Claxton, quien me facilitó una importante cantidad de escritos y apuntes de su proyecto de investigación, son estos los siguientes: "Latin America Radio As a subject for historical research" (1993), "Another empire of the air. Some men who made argentine radio" (1992), "Radio and argentine nationhood" (1998), "Non-commercial radio in Latin America" (1996), "Early Radio in the Argentine Provinces. 1923-1937" (S/f), "The Impact of radio in Argentine Society: a preliminary report" (1992).

Muchos de los datos que presentan estas publicaciones están poco aprovechados en su riqueza de contenidos y en lo que, desde un punto de vista sociológico, implicarían: recrear un clima de época y una percepción del impacto del medio en la vida cotidiana.

Algunos de los autores que han realizado un enfoque cultural sobre la vida cotidiana o los medios de comunicación han hablado acerca de una función política de la radio, como difusora de la idea de nación. Como lo menciona Jesús Martín Barbero "*la radiodifusión permitió vivenciar una unidad nacional invisible, una identidad "cultural" compartida transmutar la idea política de Nación en vivencia, en sentimiento y cotidianidad*".[7] Aquí queremos plantear una doble articulación: si bien, por un lado, es posible asignarle esta función a la radio, creemos por otro lado que una cuestión central está en mostrar cómo esto podía llevarse a cabo, y si la programación y otros elementos que se integran al mundo de la radio pueden ser entendidos desde esta dimensión. En este sentido, el estudio de Barbero donde analiza lo que se denomina "mediaciones" plantea serios inconvenientes para entender hasta que punto esas mediaciones pueden contrastarse con algún hecho cultural concreto, o son sólo interpretaciones. De este modo, los comentarios dedicados a la radiofonía y a su efecto de transmutación del pueblo en nación parecieran ser aseveraciones teóricas más que explicaciones de cómo y por qué esto podría haber sucedido del modo en que el autor lo describe. Otro inconveniente que aparece en este estudio es que se apoya en datos tomados de otros artículos sin citar correspondientemente las fuentes, razón por la cual varios de estos datos no se encuentran en ninguna fuente estadística reconocida.

Otros ensayos interpretativos respecto de la radiofonía y la cultura popular son los realizados por Eduardo Romano, Jorge Rivera y Aníbal Ford, en *Medios de Comunicación y Cultura Popular*[8], referidos al radioteatro y su función cultural. Estos fueron originalmente publicados en suplementos de diarios, describen la dinámica del radioteatro y echan luz sobre un fenómeno tan importante como el que giró en torno de esta producción cultural en la Argentina de las décadas de 1930 y 1940. Allí se explora el nacimiento y consolidación del género del radioteatro gauchesco y romántico, algunos de sus argumentos y sus autores. Aunque breves, son una muestra interesante del fenómeno y de su consolidación en el medio, desde un punto de vista cultural.

---

[7] Martín Barbero, Jesús: *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía.* México, Gilli, 1987. Pág. 179.

[8] Cf Romano, Eduardo, Rivera, Jorge y Ford, Anibal: *Medios de Comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa, 1990.

En una perspectiva diferente un estudio que enfoca el surgimiento de la radiofonía en Argentina es el de Alberto Aguirre[9] (locutor de *Radio El Mundo*, y luego designado director general de coordinación de las Redes Privadas de Radiodifusión durante los años 1955 y 1956), que marca algunos hechos significativos de la radiofonía en nuestro país desde sus inicios hasta el período postperonista. Allí se señala el modo de funcionamiento de algunas emisoras, el surgimiento de las más importantes y se registran algunos de los personajes más relevantes del desarrollo del medio. El ensayo carece de rigurosidad en el enfoque ya que introduce algunos juicios de valor respecto de la política en las diferentes épocas. De todos modos aporta una cantidad de datos verificables, algunos novedosos acerca de la organización del medio y su vinculación con la política.

En la abundante bibliografía sobre la historia de los años 1920 a 1945 en Argentina, hay una gran cantidad de estudios que tocan tangencialmente la cuestión de la radio.[10] Dos ejemplos de esto pueden verse en el libro de Félix Luna *Perón y su tiempo*[11], que en su descripción de "la fiesta" en Argentina durante los años 1946-1949 recorre algunas características del medio. Una imagen similar ofrece el artículo de Eduardo Archetti "Fútbol: imágenes y estereotipos",[12] en el que se refiere al mundo de la radiofonía en relación con este deporte.

La inserción de la radio en la vida cotidiana creó una nueva categoría social, *el oyente*, que en un primer momento se formó en saberes técnicos

---

[9] Aguirre, Alberto: "Radio y Televisión" en *Argentina 1930-1960*. Buenos Aires, Editorial Sur, 1961.

[10] Así por ejemplo, en su libro *Valentino en Buenos Aires*, Sergio Pujol da una aproximación muy breve pero realmente interesante a la cuestión de la radiofonía en Argentina y su inserción en la vida cotidiana de la década de 1920, en el contexto de su estudio sobre el espectáculo en Buenos Aires durante ese período. En unas pocas páginas se encuentra un conjunto de temas fundamentales para entender el inicio de la radiofonía en Argentina, algunos de los cuales han sido planteados en esta investigación de una forma modificada. Algunos de los artículos tomados en cuenta para examinar el estado de la cuestión de este tema han sido: Del Monte, Juan " Chispazos de Tradición. Una emoción radiofónica", en *Todo es Historia*, Abril 1980. Acosta, Diego: "La Radio: de los pañales a los pantalones largos", *Todo es Historia* Nro. 258, diciembre 1988. Sutro, A.: "Del Chasqui al satélite", *Todo es Historia*, Suplemento Nro. 14, Diciembre de 1980. *Historia de las comunicaciones argentinas*. Buenos Aires, Fundación Standart Electric, 1979. Gallotti, Alicia: *La Risa de la Radio*. Buenos Aires, 1975

[11] Luna, Félix: *Perón y su tiempo. La Argentina era una fiesta*. Buenos Aires, Editorial Sudamericana, 1991.

[12] En *Historia de la vida privada en la Argentina*. Tomo 2. Buenos Aires, Editorial Taurus, 1999.

pero que más tarde, con el crecimiento industrial del medio, se volvió el *oyente multitudinario y abstracto (o masivo).* Esta masividad se estableció en un diálogo permanente con la cultura popular, hecho que puede comprobarse en la constante interrelación entre los gustos del público y la programación: los cambios en las audiencias fueron acompañados por la modernización empresarial, y la radio y el público se volvieron masivos simultáneamente. La radio actuó como mecanismo de integración social y llegó a todos los rincones del país con una programación heterogénea que mostró valores y costumbres "universales" combinados con elementos cotidianos y locales. En este contexto también es importante analizar la participación que tuvo el Estado en la conformación del espacio radial y cuál fue su relación, no siempre sencilla, con los empresarios.

A nivel mundial la radiotelefonía se organizó en torno de tres sistemas: uno basado en el monopolio público (tal es el caso de Gran Bretaña), otro mixto (es el caso de Italia, por ejemplo), y otro como un sistema privado, con una clara orientación comercial (como en el caso de Estados Unidos). Estos tres países se iniciaron en la radiofonía a mediados de la década de 1910. En Estados Unidos los principales *broadcasters* surgieron en los años anteriores a la Primera Guerra Mundial, cuando comenzaron a desarrollar la tecnología necesaria para la expansión de los receptores y transmisores de radio; pero su tarea se vio interrumpida durante la guerra cuando el gobierno, por razones de seguridad nacional, tomó el control de las estaciones *amateurs* existentes e impuso severas restricciones tanto para ellas como para los operadores profesionales. Como un dato relevante, cabe señalar que en el período que se extiende entre 1912 y 1916 el gobierno de Estados Unidos emitió 8.500 licencias de transmisión para radioaficionados que se ocupaban de llevar adelante la tarea de experimentación en el medio. Hacia fines de 1919 la introducción de las válvulas de radio generó, tanto en el gobierno como en las radioaficionados, una serie de expectativas sobre el futuro desarrollo del medio; después de la Primera Guerra Mundial, el desarrollo de la radiofonía comenzó a hacerse evidente en varios países. Así, por ejemplo, en febrero de 1920, el gobierno británico otorgaba la primera autorización para el funcionamiento de una estación regular de servicio radiofónico, al año siguiente se constituía la *Radio Society of Great Britain* y posteriormente, en 1922, la *British Broadcasting Company.*

En Estados Unidos, donde el desarrollo del *broadcasting* ya estaba muy avanzado, las corporaciones hicieron su aparición cuando la firma Westinghouse obtuvo la licencia para operar con una emisora, la KDKA, que debutó el 2 de noviembre de 1920 informando los resultados de las elec-

ciones presidenciales. En julio de 1921 se difundió en directo la pelea Dempsey-Carpentier desde Jersey City: la estación WJY recibía por teléfono los datos de la pelea, los tipeaba y luego se leían al aire para una audiencia estimada en trescientos mil personas. Y ese mismo año, David Sarnoff (uno de los técnicos más importantes de la compañía de Marconi) conseguía su licencia para operar una emisora de Nueva York, la *Radio Music Box*. En 1921 había 50.000 aparatos receptores en todo el país, pero en 1922 ya habían aumentado a 600.000; y un fenómeno semejante sucedía con las emisoras de radio: las 30 emisoras que había en el año 1922 se multiplicaron extraordinariamente hasta alcanzar las 556 al año siguiente. Una mirada rápida a la historia del *broadcasting* en los Estados Unidos muestra etapas similares de establecimiento y consolidación (acompañadas de problemas similares) a las que se plantearían en nuestro país.

Desde 1922, año en que se realizó la Primera Conferencia Nacional de la Radio, en Washington, los dueños de las licencias de las emisoras solicitaron al gobierno federal que regulara los canales de emisión a los efectos de evitar superposiciones de bandas de frecuencias. En 1924 el gobierno dejó en claro que el *éter* era propiedad del Estado y que lo único que se podía hacer era licenciar por plazos no demasiado largos las bandas para poseer una emisora de radio.[13] Y finalmente, en 1927 se sancionó la Ley de Radio que creó una Comisión Federal de Radio facultada para regular las emisoras y las formas de comunicación por este medio. "*El gobierno conservaba el control de todos los canales de radio y la Comisión expedía las licencias para uso de determinados canales, durante períodos de tres años*".[14] La Comisión calculó que el número de estaciones emisoras era de más de seiscientas y acordó que quedara un grupo de "canales limpios" para garantizar la recepción sin interferencias en las zonas rurales.

En 1934 se aprobó la ley de comunicaciones que creó una Comisión Federal de Comunicaciones que debía regular la radiotransmisión, definir obligaciones para licenciatarios y privilegiar el interés del público por sobre los intereses comerciales de los dueños de las licencias. Esta ley se aprobó durante la presidencia de Roosevelt, un interesado escucha y *speaker*: durante 1933 había establecido cuatro encuentros radiales con el pueblo (*fireside chat)*, en marzo, mayo, julio y octubre de ese año. Erik Barnouw, en su libro sobre la radio en los Estados Unidos, destaca estos

---

[13] Ver por ejemplo el artículo publicado en la *Economic Review*, "Problems in the Radio Industry" por William Wallace Child, en 1924.

[14] Edwin Emery: *El periodismo en los Estados Unidos*. Editorial Trilla, México, 1966. Pág. 560.

encuentros como un modo de utilizar políticamente la radio diferente del que tenían Hitler o Mussolini; mediante su uso como instrumento de comunicación política se intentaba provocar un efecto de comunión con el ciudadano: "*la gente parecía sentir, de acuerdo con varios observadores, que Roosevelt les estaba hablando directamente, en tanto individuos, conocía sus problemas y estaba interesado en ellos*".[15] Como se verá más adelante en Argentina fue Manuel Fresco, un importante político conservador, quien usó la radio de esta manera para comunicarse semanalmente con los oyentes en sus "Encuentros con el Pueblo".

Otro de los países donde la industria de la radiofonía se desarrolló tempranamente fue Italia: durante los años 1910-1913 se realizaron las primeras experiencias de transmisión, que posteriormente se estancaron hasta los últimos años de la década. Como señala Franco Monteleone, "*la guerra había alentado el espíritu de empresa en un sector novedoso, además había contribuido a crear intereses, competencia, entusiasmo*".[16] En este contexto, en marzo de 1920, en Bologna, la *Sociedad Radio Araldo* realizó un intento de emisión radiofónica, además de los sucesivos emprendimientos del grupo de Guillermo Marconi. Se trataba de una iniciativa de capitales privados en un primer momento para, posteriormente, relacionarse estrechamente con el gobierno de Mussolini, quien se interesó profundamente en el alcance y el desarrollo de la radiofonía en función de las posibilidades de difundir propaganda oficial. Este inicio radiofónico en Italia no quedó exclusivamente en manos del Estado: si bien suponía una supervisión del gobierno sobre las frecuencias, el desarrollo técnico y comercial quedaba en manos de las principales empresas dedicadas a la industria de la telefonía y telegrafía.

En Argentina la radio no sólo introdujo una serie de elementos tecnológicos novedosos sino que trastocó las formas de comunicación a través de la emisión de programas; en esta empresa, la prensa abocada al mundo artístico de la radio tuvo un papel fundamental, ya que se dedicó a evaluar la programación y a explicarle al lector-oyente cual era el lugar social desde el que se debía escuchar radio. Pero además de la radio misma y del soporte que brindó la prensa escrita, también contribuyeron

---

[15] "*people seemed to feel, according to various observers, that Roosevelt was talking to them directly as individuals, knew their problems, and was interested in them*". Barnouw, Erik: *The golden Web. A history of broadcasting in the United States 1933-19530.* Oxford University Press, Nueva York, 1972. Pág. 7.

[16] Monteolone, Franco: *Storia della radio e della televisione in Italia.* Marsilio Editore, Venecia, 1999.

a la formación de una audiencias, las sucesivas resoluciones y decretos emitidos por el Poder Ejecutivo y el Congreso Nacional, que ayudaron a definir la función social y política del medio.

En relación con la prensa escrita hay que considerar dos momentos: en una primera instancia los comentarios acerca de la radiofonía en nuestro país aparecieron en revistas de interés general tales como *Caras y Caretas y El Hogar*, que se ocupaban de reseñar actuaciones, inauguraciones y programación, y que posteriormente incorporaron secciones fijas que se referían al aspecto técnico de la radiotelefonía. En los años veinte fueron comunes las revistas técnicas especializadas en el armado y mantenimiento de los aparatos receptores, que iban dirigidas fundamentalmente a los radioaficionados porque en aquella época las radios todavía no eran un objeto habitual y de bajo costo, por lo cual debían ser armadas por los propios escuchas. Más tarde, hacia fines de 1920, aparecieron las revistas dedicadas al mundo artístico de la radio y el cine: *La Canción Moderna, Radiolandia, Sintonía, y Antena*. Estas publicaciones detallaban los acontecimientos del mundo artístico, publicitaban las nuevas estrellas y evaluaban los contenidos de la programación elaborando un diagnóstico del medio. En el aspecto empresarial estaban fuertemente relacionadas con algunas emisoras: por ejemplo, Antena y Radio Belgrano, Sintonía y Radio El Mundo, eran propiedad de los mismos dueños.

La aparición de la radio (y la consecuente introducción de la tecnología asociada a ella) en la sociedad argentina creó un tipo cultural específico que fue el *oyente*. En este sentido es importante advertir que su posición, en tanto que representa un consumo cultural, no es una posición pasiva: el oyente de radio produce elecciones culturales al optar por la programación que va a escuchar y le da un sentido a aquello que escucha; durante el tiempo que pasa oyendo esos programas le asigna a esa práctica un lugar en su experiencia cotidiana, lejos de estar sometido a la omnipotencia de la imposición del medio[17] produce un sentido social propio, lo “fabrica”. En este estudio se indagará cómo ese público tuvo que ser construido al mismo tiempo que las emisoras se creaban, ampliaban su alcance en la ciudad de Buenos Aires y el interior del país y trataban de definir qué mensaje emitir, en un constante debate entre lo que se consideraba *lo popular* y *lo culto*.

---

[17] Roger Chartier lo ha señalado para el caso de la lectura planteando que más que un consumidor pasivo de lo que se trata es de “una reapropiación, un desvío, la desconfianza o la resistencia” al sentido que el medio pretende imponer. Ver Chartier, Roger: *El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación*. Barcelona, Gedisa, 1995, Pág. 38

La segunda parte del análisis se concentrará en dos aspectos fundamentales: el primero es el surgimiento de un empresariado de la radiofonía que formalizó su función mediante los cambios en la programación y la utilización del espacio publicitario; el segundo es la relación entre la radio y la sociedad a través de los ejes de la programación, de la relación entre audiencia y programas, y del mundo social que giró en torno de la radio y es el objeto central de sus programas: "el hogar".

Uno de los aspectos considerados en este trabajo será la programación de las emisoras. Aun cuando hacia fines de la década de 1920 todavía no se puede hablar en un sentido estricto de "programas musicales", sin duda el elemento por excelencia de los programas desde los inicios de la radio fue la música: al principio se trató de la reproducción de discos, más tarde de la incorporación de números en vivo y posteriormente llegó la transmisión desde los grandes escenarios de la noche porteña o de los bailes de carnaval. Los estilos musicales que se pusieron al aire fueron heterogéneos, porque si bien en una primera instancia la música clásica y el tango fueron los tipos de música predominantes, a fines de la década el jazz se fue incorporando lentamente hasta llegar a ser esencial en la programación; junto con el cambio de década aparecieron las orquestas características, encargadas de interpretar un repertorio variado que incluía una buena cantidad de melodías propias de las más importantes colectividades de inmigrantes.

Un poco más tarde, durante los años treinta y cuarenta, la música dejó de ser la vedette de las audiciones para dar paso al radioteatro. Estos fueron creando sus propios géneros; en los años treinta los que invadieron las emisoras fueron fundamentalmente de estilo campero, policial y romántico. En algún momento se pensó que el radioteatro venía a desplazar al teatro como espectáculo en vivo, y aunque posteriormente se habló de la crisis del radioteatro (algunos pesimistas declararon su muerte a comienzos de la década de 1940), lo cierto es que como estilo de programación perduró hasta mediados de los años sesenta. Básicamente, esa capacidad de subsistencia se debió a la recreación de obras y de temas, y a la incorporación de nuevos escenarios dramáticos o humorísticos.

Los años treinta también trajeron las fonoplateas o los auditorios en vivo para la transmisión de los programas: *hacer radio* había dejado de ser una mezcla de improvisación y de saberes técnicos para transformarse en una actividad profesional, porque no sólo los actores lo eran, quedando cada vez más acotado el espacio para los aficionados, sino que también los técnicos y hasta la audiencia en vivo debían serlo.

En la medida en que el público se generalizaba la programación se fue especificando. Una mirada rápida sobre la programación desde mediados de los años veinte hasta 1947 muestra la aparición de los diferentes boletines informativos, de los programas de colectividades, de espectáculos en vivo, de transmisiones deportivas en directo y de programas de orientación pedagógica, entre otros tantos ejes temáticos. Hacia la década de 1940 la radio era el gran medio de comunicación masiva, ya que su alcance trascendía el nivel de escolarización de los oyentes y su ubicación geográfica. Todos los que podían adquirir un aparato de radio, además de sus vecinos y las personas cercanas, estarían al tanto de lo que sucedía en el país y en el mundo; podían ponerse en contacto con los diferentes modelos culturales que se expresaban en el lenguaje y en la música. Además de acceder a la información política, que llegaba mucho más lentamente, tenían acceso a otras formas de cultura, a otros estilos de vida y criterios del gusto. Ese aparato "voluminoso y delicado" que era el receptor de radio se había convertido en el "centro del hogar"[18], su inserción en la vida cotidiana implicó no sólo un cambio cultural, que es visto por algunos autores como una "unificación", sino un cambio en la manera de pensar las comunicaciones y una transformación en las percepciones acerca de otras realidades y situaciones simultáneas.

La tercera parte de este estudio prioriza el aspecto político de la radiofonía, tomado a partir de dos dimensiones: el uso político de la radiofonía y la relación conflictiva entre el Estado, los empresarios y las administraciones gubernamentales. En relación con el origen y desarrollo de la industria de la radio, se señalará que el desarrollo de la radiotelefonía en Argentina tiene un origen que se asemeja en mucho al desarrollo norteamericano; de hecho, su expansión durante los años treinta y cuarenta sigue pautas tecnológicas y de programación similares a las establecidas en las *broadcastings* de los Estados Unidos. A modo de comparación puede señalarse que en Estados Unidos se estableció la propiedad del Estado sobre el *éter* en 1924, y en Argentina, durante el mismo año, el gobierno de Marcelo T. de Alvear resolvió la misma cuestión; en 1925 nuestro país reubicaba las emisoras para evitar la superposición, mientras que Estados Unidos lo hizo en 1927; y en 1934, en Estados Unidos se sancionó la Ley de Comunicación, y el Poder Ejecutivo argentino emitió la Resolución 21.585, donde pautaba las programaciones, las obliga-

[18] Félix Luna en su libro *Perón y su tiempo. 1- La Argentina era una fiesta. 1946-1949*, hace una descripción muy interesante sobre la inserción de la radio en la vida cotidiana. *Perón y su tiempo.* Sudamericana, Buenos Aires, 1991.

ciones de los licenciatarios y otros temas que se examinarán en los siguientes capítulos.

Pero este desarrollo que mantuvo al Estado argentino con un poder de acción acotado, cambió en la década de 1940 cuando los gobiernos comenzaron a exigir un control más seguro del medio, no solamente en relación con lo cultural sino también con las frecuencias y los alcances de las mismas. Tanto en el período presidencial de Ortiz y Castillo como en el gobierno militar de Farrell se consolidó un significativo intervencionismo estatal, cuyas consecuencias representaron un cambio en las relaciones entre los empresarios y el Estado que se profundizó bajo la primera presidencia de Perón. Este cambio no fue necesariamente beneficioso en términos comerciales e implicó un giro en la orientación y la función de la radiofonía: con la aparición de Radio del Estado en 1937 por un lado, y la creciente presencia y control del gobierno de Farrell por el otro, cambió la arena de juego de los intereses comerciales, los trabajadores, el Estado y los oyentes[19]; y en los años comprendidos entre 1943 y 1945 aparecieron, bajo el auspicio de la Secretaria de Trabajo y Previsión, nuevas entidades que agruparon bajo la forma gremial a los locutores, operadores y músicos que actuaban en los medios radiofónicos, lo que obligó a los empresarios a organizar una entidad que los agrupara para hacer frente a los crecientes reclamos de los trabajadores.

En la medida en que puede hablarse de un cambio de posición del Estado respecto del medio, también puede observarse un cambio en la relación entre éste y los empresarios, aquellos agentes económicos que dieron impulso a la aparición de nuevas frecuencias y a la experimentación técnica.

El período comprendido entre estos años de análisis nos permitirá ver cómo diversos grupos sociales y políticos se vieron interesados (y hasta fascinados) por la idea de participar de la experiencia radiofónica: la Iglesia, los políticos, los militares, y el público en general. Todos intervinieron, o al menos lo intentaron, en esta experiencia nueva y global, que era la transmisión por radio de realidades divergentes en un país heterogéneo en términos culturales. En los años cuarenta, con el fuerte impacto de la adquisición de aparatos receptores parecieron volverse *locos por la radio.*

[19] Se aprecia durante esos años una intensa corporativización de los intereses en juego, promovida la misma por la acción del Estado.